

הצעת מחיר לסדנא לפיתוח יזמות פנים ארגונית

רקע ליזמות פנים ארגונית

יזמות פנים ארגונית עשויה להיות מקור לחדשנות המייצרת מנועי צמיחה חדשים לארגון. ארגונים רבים הבינו זאת והטמיעו מנגנונים המעודדים פיתוח והצפה של רעיונות חדשניים לרמת מקבלי ההחלטות. בספרות המקצועית מדווחים **סיפורי הצלחה** של יזמות פנים ארגונית אשר הניבו מוצרים מחוללי צמיחה: פרויקטים כמו Playstation בסוני, Java בסן-מיקרוסיסטמס, ו-Post-it-note ב-M3 החלו כמיזמים פנים ארגוניים אשר אומצו ע"י הנהלות הארגונים והפכו למוצרים מובילים. אך המובילה היא חברת Google אשר מאפשרת לכל עובד להקדיש 20% מזמנו לפיתוח יזמות בתוך הארגון. מודל זה הניב מוצרים כמו Gmail, Orkut, AdSense, Google News ועוד.

מטרת הסדרה

מטרת סידרת הסדנאות היא לבנות שפה ארגונית משותפת בעזרתה יוכל הארגון לעודד יזמים פנים ארגוניים לנסח רעיונות חדשניים ולהציגם בפני הגורמים המקצועיים ומקבלי ההחלטות.

תיאור הסדרה

סדרת הסדנאות מתמקדת בניסוח הרעיון מההיבט השיווקי/עסקי, וזאת מתוך הנחה שלמרבית היזמים הפנים ארגוניים יש הבנה מספקת של הצדדים הטכניים והטכנולוגיים של העסק אך חסרה להם ראייה עסקית. הגישה מתבססת על מתודולוגית **Business Model Canvas** (BMC) – שיטה שפותחה בשנת 2010 ואומצה בחום ע"י חברות מתקדמות בעולם כמו Google, 3M, Deloit, Telenor, IBM. זו מתודולוגיה קלה ליישום, שמאפשרת בנייה של מודל עסקי בתוך שעה קלה של עבודה. בניגוד לתכנית העסקית המסתמכת על טקסטים וטבלאות אקסל, גישה ה-Business Model Canvas מסתייעת בכלים גרפיים וצוירים לבניית המודל העסקי. פשטותה של הגישה מאפשר ניסוח רעיון עסקי חדש, ניתוחו בפרמטרים שונים והצגתו בפני מקבלי החלטות. בכך היא מעודדת יצירת חשיבה חדשנית ושפה משותפת ברורה ומובנת.

למי מיועדת הסדנא?

הסדנא מתאימה לעובדים בכל רמות הארגון. היא אינה מחייבת הכשרה עסקית או אקדמאית והיא תסייע לכל עובד בארגון שיש לו רעיון למוצר חדש או לשיפור מוצר קיים, לנסח את הרעיון ולהציגו.

מהלך הסדנא

בחמשת מפגשי הסדנא המתוכננים המשתתפים יכירו מושגי יסוד בשיווק ובפיתוח עסקי, ילמדו לפתח מודל עסקי ויתרגלו את החומר באופן מעשי. בתרגיל החימום המשתתפים יבנו מודל לרעיון עסקי שיוצג בכיתה ובהמשך התלמידים יפתחו מודל עסקי לרעיון שהם רוצים לקדם.

בהתאם לצורך יקבלו המשתתפים ליווי אישי בפיתוח המודל העסקי והצגתו.

בסיום המפגשים, המשתתפים יציגו את הרעיונות שגיבשו בפני פורום שיקבע ע"י הלקוח.

תכני הסדנא:

בוקר	אחר הצהריים
יום 1 הצגת מודל BMC והתנסות בבניית מודל עסקי	תהליך פיתוח מודל עסקי לחברה מפיתוח הרעיון הבסיסי ועד גיבוש המודל העסקי
יום 2 (אופציונלי) הערכת המודל העסקי ושיפורו ע"י בניית Proto type וביצוע צעדי Pivot	ניתוח צרכי הלקוח ושילוב השיטה עם גישת האוקיינוס הכחול

על המרצה

עמוס רדליך הוא בעל ניסיון של 22 שנה בהיי-טק, מהן 12 שנים כמנהל פיתוח עסקי במוטורולה ישראל. לאחר שסיים את עבודתו במוטורולה, שימש עמוס רדליך כמנכ"ל מט"י וכיום הוא יועץ עסקי לחברות וליזמים, מכהן כדירקטור בתאגיד מים עירוני, ומלמד יזמות עסקית במכללת סמי שמעון בבאר שבע. בנוסף, עמוס פיתח סדנא בתחום היזמות העסקית.

עמוס רדליך הביא את שיטת ה-BMC -לארץ לאחר שלמד אותה לעומק אצל מפתח השיטה ד"ר אלכס אוסטרולדר. עמוס מלמד את השיטה במכללה האקדמית סמי שמעון, הוא מעביר סדנאות רבות ללימוד השיטה ומשתמש בה ככלי מרכזי כיועץ עסקי ואסטרטגי ליזמים ולחברות.

לעמוס רדליך תואר ראשון בהנדסת תעשייה ותואר שני בניהול שניהם מאוניברסיטת בן גוריון. בנוסף, הוא בוגר מכון מנדל למנהיגות חינוכית וכן מנחה קבוצות.